


ΕΦΗΜΕΡΙΣ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ

ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ

ΤΕΥΧΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ **Αρ. Φύλλου 1041**

22 Ιουλίου 2005

ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ

Απόφαση[1] Αριθμ. 285/IV/2005

Γνωστοποίηση σύμβασης προμήθειας μεταξύ της Procter & Gamble International Operations SA και της ROLCO ΒΙΑΝΙΛ Ανώνυμος Εταιρία Βιομηχανικών και Σαπώνων και αίτησης εξαίρεσης σύμφωνα με το άρθρο 1 παρ. 3 του ν. 703/1977, όπως ισχύει, ή αρνητικής πιστοποίησης, σύμφωνα με το άρθρο 11, παρ. 1 του ιδίου νόμου.

Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ
ΣΕ ΟΛΟΜΕΛΕΙΑ

Συνεδρίασε στην αίθουσα Συνεδριάσεων του 1ου ορόφου, του κτιρίου των Γραφείων της (Κότσικα 1Α & Πατησίων), την 23η Ιουνίου 2005, ημέρα Πέμπτη και ώρα 12:00 με την εξής σύνθεση:

Πρόεδρος: Σπυρίδων Ζησιμόπουλος

Μέλη: Νικόλαος Γεράσιμος

Θεόδωρος Δεληγιαννάκης

Δημόκριτος Άμαλλος, κωλυομένου του τακτικού Παναγιώτη Μαντζουράνη

Κων/νος Ηλιόπουλος

Ιωάννης Κατσουλάκος και

Χαρίσιος Ταγαράς.

Γραμματέας: Αικατερίνη Τριβέλη, κωλυομένης της τακτικής Αλεξάνδρας-Μαρίας Ταραμπίκου.

Θέμα της Συνεδριάσεως ήταν η από 19.10.2004 (αριθ. πρωτ. 5113) γνωστοποίηση σύμβασης προμήθειας μεταξύ της Procter & Gamble International Operations SA και της ROLCO ΒΙΑΝΙΛ Ανώνυμος Εταιρία Βιομηχανικών και Σαπώνων και αίτησης εξαίρεσης σύμφωνα με το άρθρο 1 παρ. 3 του ν. 703/1977, όπως ισχύει, ή αρνητικής πιστοποίησης, σύμφωνα με το άρθρο 11, παρ. 1 του ιδίου νόμου.

Στη συνεδρίαση παρέστησαν: α) η εταιρεία Procter & Gamble International Operations SA Procter & Gamble International μετά των νομίμων εκπροσώπων της, Γιώργου Τσουραπά, και Νικολάου Λουκαΐτη και διά των πληρεξουσίων δικηγόρων, Ιωάννη Βεκρή και Ιωάννη Σταμούλη και β) η εταιρεία ROLCO ΒΙΑΝΙΛ Ανώνυμος Εταιρία Βιομηχανικών και Σαπώνων μετά των νομίμων εκπροσώπων της Αθανασίου Σουρουλίδη και Νικολάου Φωτίου και διά του πληρεξουσίου δικηγόρου Σταύρου Δήμα.

Στην αρχή της συζητήσεως τον λόγο έλαβε η Γενική Εισηγήτρια, Σοφία Καμπερίδου, η οποία ανέπτυξε τη γραπτή εισήγηση της Γραμματείας και κατέληξε προτείνοντας: «1) να απορριφθεί το αίτημα για έκδοση αρνητικής πιστοποίησης και να χορηγηθεί στη γνωστοποιηθείσα συμφωνία και ειδικότερα κατά το μέρος που αφορά τις αγορές των α) απορρυπαντικών ρούχων για πλύσιμο στο πλυντήριο, β) απορρυπαντικών ρούχων για πλύσιμο στο χέρι, γ) καθαριστικών πιάτων/σκευών για πλύσιμο στο χέρι, δ) λευκαντικών/χλωρίων και ε) προϊόντων καθαρισμού σπιτιού, εξαίρεση σύμφωνα με το άρθρο 1 παρ. 3 ν. 703/1977, όπως ισχύει, από την απαγόρευση του άρθρου 1 παρ. 1 ν. 703/1977, από την ημερομηνία γνωστοποίησης της Συμφωνίας ήτοι 19.10.2004 μέχρι και 18.10.2014 και 2) να γίνει αποδεκτό το αίτημα για χορήγηση αρνητικής πιστοποίησης όσον αφορά στις αγορές των α) καθαριστικών πιάτων/σκευών για πλύσιμο στο πλυντήριο, β) μαλακτικών ρούχων και γ) σαπώνων, σύμφωνα με το άρθρο 11 του ν. 703/1977, όπως ισχύει».

Στη συνέχεια, τον λόγο έλαβαν οι ως άνω πληρεξούσιοι δικηγόροι και οι εκπρόσωποι των ενδιαφερομένων εταιρειών, οι οποίοι ανέπτυξαν τις απόψεις τους, απάντησαν σε ερωτήσεις που τους υπέβαλαν ο Πρόεδρος και τα Μέλη της Επιτροπής και ζήτησαν να χορηγηθεί αρνητική πιστοποίηση, σύμφωνα με το άρθρο 11 παρ 1 του ν. 703/1977 ή άλλως να εκδοθεί απόφαση εξαίρεσης σύμφωνα με το άρθρο 1 παρ. 3 του ν. 703/1977 για την γνωστοποιηθείσα Σύμβαση.

Ολοκληρωθείσας της συζητήσεως, ο Πρόεδρος της Επιτροπής κατόπιν αιτήματος των ενδιαφερομένων εταιρειών έδωσε προθεσμία έως την 27η Ιουνίου 2005, ημέρα Δευτέρα. για να προσκομίσουν τα υπομνήματά τους.

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού συνήλθε σε διάσκεψη στην ίδια ως άνω αίθουσα των Γραφείων της, την 7η Ιουλίου 2005, ημέρα Πέμπτη και ώρα 11:30 και αφού έλαβε υπόψη τα στοιχεία του φακέλου, την εισήγηση της Γραμμα-

[1] Από την παρούσα απόφαση έχουν παραλειφθεί, σύμφωνα με το άρθρο 23 παρ.7 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού (ΦΕΚ 361/Β'/4.4.2001), τα στοιχεία εκείνα, τα οποία κρίθηκε ότι αποτελούν επιχειρηματικό απόρρητο. Στη θέση των στοιχείων που έχουν παραλειφθεί υπάρχει η ένδειξη [...]. Όπου ήταν δυνατό τα στοιχεία που παραλείφθηκαν αντικαταστάθηκαν με ενδεικτικά ποσά και αριθμούς ή με γενικές περιγραφές (εντός [...]).

τείας, τις απόψεις που διατύπωσαν προφορικώς τα ενδιαφερόμενα μέρη καθώς και το υπόμνημα που υπέβαλαν,

ΣΚΕΦΘΗΚΕ ΩΣ ΕΞΗΣ:

Ι. Την 19.10.2004 (α.π. 5113) οι εταιρείες Procter & Gamble International Operations SA (εφεξής Procter & Gamble ή ο αγοραστής) και ROLCO ΒΙΑΝΙΛ Ανώνυμος Εταιρία Βιομηχανιών και Σαπώνων (εφεξής ΡΟΛΚΟ ή ο πωλητής), υπέβαλλαν στη Γραμματεία της Επιτροπής Ανταγωνισμού γνωστοποίηση σύμπραξης επιχειρήσεων του άρθρου 21 του ν. 703/1977, όπως ισχύει, και αίτηση εξαίρεσης του άρθρου 1 παρ. 3 του ν. 703/1977 ή αρνητικής πιστοποίησης του άρθρου 11 παρ. 1 του ιδίου νόμου.

Σύμφωνα με δήλωση της εταιρείας Procter & Gamble Company (α.π. 5074/15.10.2004) η ολοκλήρωση της εν λόγω Σύμβασης προμήθειας αποτελεί προϋπόθεση για την πραγματοποίηση της συγκέντρωσης που γνωστοποιήθηκε στη Γραμματεία της Επιτροπής Ανταγωνισμού την 15.10.2004 και που εγκρίθηκε με την υπ' αριθμό 279/IV/2005 απόφαση της Επιτροπής Ανταγωνισμού και αφορά στην απόκτηση σημάτων από την εταιρεία Carpentras Corporation (εφεξής Carpentras), την άδεια χρήσης των οποίων μέχρι την έγκριση από την Επιτροπή Ανταγωνισμού κατείχε η εταιρεία ΡΟΛΚΟ.

ΙΙ. Με βάση την από 7.10.2004 Σύμβαση Προμήθειας, η οποία υπεγράφη μεταξύ της Procter & Gamble και της ΡΟΛΚΟ, συμφωνήθηκε, εκτός των άλλων, η προμήθεια προϊόντων από την ΡΟΛΚΟ προς την Procter & Gamble, τα σήματα των οποίων αγόρασε η τελευταία από την Carpentras, καλύπτοντας το 100% των αναγκών που απορρέουν από τα εν λόγω σήματα.

Α. Η ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΘΕΙΣΑ ΣΥΜΒΑΣΗ

1) Η Σύμβαση προβλέπει την προμήθεια προϊόντων από την ΡΟΛΚΟ προς την Procter & Gamble, που αφορούν τις ακόλουθες αγορές: α) απορρυπαντικών ρούχων για πλύσιμο στο χέρι, β) απορρυπαντικών ρούχων για πλύσιμο στο πλυντήριο, γ) καθαριστικών πιάτων/σκευών για πλύσιμο στο χέρι, δ) καθαριστικών πιάτων/σκευών για πλύσιμο στο πλυντήριο, ε) λευκαντικών/χλωρίων, στ) μαλακτικών ρούχων, ζ) προϊόντων καθαρισμού σπιτιού και η) σαπώνων στην ελληνική επικράτεια.

Προβλέπει επίσης μεταξύ άλλων τη δυνατότητα να ανατεθεί από την Procter & Gamble στην ΡΟΛΚΟ η παραγωγή κάποιων πρόσθετων προϊόντων. Τα πρόσθετα αυτά προϊόντα θα είναι επώνυμα προϊόντα που παράγονται και διατίθενται από την Procter & Gamble υπό σήματα που της ανήκουν και αφορούν στις ίδιες κατηγορίες προϊόντων (απορρυπαντικά και είδη καθαρισμού και συγκεκριμένα τα προϊόντα Tide και Ariel που τώρα η Procter & Gamble προμηθεύεται μέσω εισαγωγών), όπως τα προϊόντα που καλύπτονται από τη Σύμβαση Προμήθειας. Η παραγωγή αυτών των προϊόντων προβλέπεται, να ανατεθεί στη ΡΟΛΚΟ επί πλέον της παραγωγής των Προϊόντων τα σήματα των οποίων εξαγόρασε η Procter & Gamble υπό τον όρο ότι θα επιτευχθούν ορισμένες προϋποθέσεις όσον αφορά την αποδοτικότητα.

Η διάρκεια της Σύμβασης ορίζεται σε δέκα έτη με τη δυνατότητα παράτασης για διαδοχικές περιόδους διάρκειας [...] ετών κάθε φορά. Η Σύμβαση ωστόσο δεν αποκλείει την παραγωγή από την ΡΟΛΚΟ προϊόντων για τρίτους, μετά δε την πάροδο τριετίας η ΡΟΛΚΟ θα δύναται να αναπτύξει και δικά της προϊόντα ανταγωνιστικά των προϊόντων της Procter & Gamble. Σύμφωνα με τη Σύμβαση, η ΡΟΛΚΟ δεσμεύει για λογαριασμό της Procter & Gamble το [...]% της παραγωγικής της δυναμικότητας που θα αναπτύξει μετά την επένδυση. Το υπόλοιπο [...]% παραμένει ελεύθερο προκειμένου η ΡΟΛΚΟ να παράγει προϊόντα για τρίτους ή για ίδιο λογαριασμό.

Εξάλλου, με βάση τη Σύμβαση η Procter & Gamble δικαιούται να διακόψει τη συνεργασία με την ΡΟΛΚΟ εάν μπορεί να εξασφαλίσει την παραγωγή των προϊόντων που θα παράγονται από την ΡΟΛΚΟ από τρίτο παραγωγό σε κόστος κατά [...]% χαμηλότερο.

Β. ΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΥΝ ΣΤΗ ΣΥΜΦΩΝΙΑ

1. Procter & Gamble International Operations SA

Η εταιρεία Procter & Gamble International (θυγατρική της Procter & Gamble Company) έχει την έδρα της στην Ελβετία και αντικείμενο δραστηριότητας τα προϊόντα καθαρισμού, φροντίδας μωρού, τρόφιμα, καλλυντικά και προϊόντα γυναικείας φροντίδας. Η εν λόγω εταιρεία δραστηριοποιείται στην ελληνική αγορά δια μέσου της θυγατρικής της Πρόκτερ & Γκαμπλ ΕΠΕ, η οποία εμπορεύεται και διανέμει στην Ελληνική Επικράτεια τα προϊόντα του ομίλου. Η Procter & Gamble εισάγει τα προϊόντα -απορρυπαντικά ρούχων, λευκαντικά και προϊόντα καθαρισμού σπιτιού- από εργοστάσια εταιρειών του ομίλου Procter, εγκαταστημένα σε χώρες της Ε.Ε.

Οι κύκλοι εργασιών της Πρόκτερ & Γκάμπλ Ελλάς ΕΠΕ για τα ημερολογιακά έτη 2001, 2002 και 2003, είναι αντίστοιχα 251.061.495,19 Ευρώ, 264.800.941,17 Ευρώ και 274.982.498,40 Ευρώ.

2. ROLCO ΒΙΑΝΙΛ Ανώνυμος Εταιρία Βιομηχανικών και Σαπώνων

Η εταιρεία ΡΟΛΚΟ ιδρύθηκε το 1948, με έδρα την Αθήνα, και ασχολείται με την παραγωγή προϊόντων καθαρισμού και υγιεινής. Τα προϊόντα της διακρίνονται σε καταναλωτικά που απευθύνονται στο λιανικό εμπόριο και σε επαγγελματικά που απευθύνονται σε ξενοδοχεία, νοσοκομεία, συνεργεία καθαρισμού ιδρύματα κλπ.

Τα τελευταία χρόνια δραστηριοποιείται και με την παραγωγή προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας (private label) καθώς και με την παραγωγή (φασόν) επώνυμων προϊόντων για τις ανάγκες ελληνικών και πολυεθνικών εταιριών που δραστηριοποιούνται στην ελληνική αγορά. Ορισμένοι από τους πελάτες της για τους οποίους παράγει είτε προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας είτε επώνυμα προϊόντα είναι οι εταιρίες ΑΒ Βασιλόπουλος, Βερόπουλος, Γαλαξίας, Ελομάς, Μασούτης, Ευρωχαρτική, Μάκρο, Μετρό, Carrefour, ΕΥΡΗΚΑ ΕΛΛΑΣ, ΕΥΡΗΚΑ ΚΥΠΡΟΥ, SARA LEE κλπ.

Ο συνολικός παγκόσμιος κύκλος εργασιών της ΡΟΛΚΟ ΒΙΑΝΙΛ Α.Ε. για τα έτη 2001, 2002 και 2003 σε 45.413.720 Ευρώ, 46.498.050 Ευρώ και 46.797.297 Ευρώ.

Γ. ΣΧΕΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

1. Σχετική αγορά προϊόντων

Η σχετική αγορά προϊόντων περιλαμβάνει το σύνολο των προϊόντων που θεωρούνται από τον καταναλωτή εναλλάξιμα ή δυνάμενα να υποκατασταθούν μεταξύ τους λόγω των χαρακτηριστικών τους, της τιμής τους και της σκοπούμενης χρήσης τους. Στην υπό κρίση υπόθεση, ως σχετικές αγορές θεωρούνται οι αγορές παραγωγής και προμήθειας των ακόλουθων προϊόντων, τα οποία προορίζονται για οικιακή χρήση: α) απορρυπαντικών ρούχων για πλύσιμο στο χέρι, β) απορρυπαντικών ρούχων για πλύσιμο στο πλυντήριο, γ) καθαριστικών πιάτων/σκευών για

πλύσιμο στο χέρι, δ) καθαριστικών πιάτων/σκευών για πλύσιμο στο πλυντήριο, ε) λευκαντικών/χλωρίων, στ) μαλακτικών ρούχων, ζ) προϊόντων καθαρισμού σπιτιού και η) σαπώνων.

2. Σχετική γεωγραφική αγορά

Κατά την άποψη της Επιτροπής, σχετική γεωγραφική αγορά θεωρείται η Ελληνική Επικράτεια δεδομένου ότι για τους σκοπούς και την εφαρμογή του ν. 703/1977, όπως ισχύει, λαμβάνεται υπόψη η εθνική αγορά.

Δ. ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ

Στην υπό κρίση υπόθεση, επειδή δεν είναι διαθέσιμα τα στοιχεία των εισαγωγών / εξαγωγών των προϊόντων των σχετικών αγορών, η Επιτροπή εκτιμά ότι θα πρέπει να υπολογιστούν τα μερίδια που αφορούν την υπό κρίση Συμφωνία προμήθειας με βάση τις λιανικές πωλήσεις των εταιριών και όχι με βάση μόνο τις παραγόμενες ποσότητες στη χώρα μας.

Ως εκ τούτου, λαμβάνοντας υπόψη τις εκτιμήσεις τόσο των γνωστοποιούντων μερών, των ανταγωνιστών καθώς επίσης και τις έρευνες αγοράς των εταιρειών Nielsen και IRI, εκτιμά ότι τα συνολικά μερίδια της Procter & Gamble (με την απόκτηση των σημάτων) και των βασικών ανταγωνιστών της στις αγορές λιανικής πώλησης οικιακής χρήσης των α) απορρυπαντικών ρούχων για πλύσιμο στο χέρι, β) απορρυπαντικών ρούχων για πλύσιμο στο πλυντήριο, γ) καθαριστικών πιάτων/σκευών για πλύσιμο στο χέρι, δ) καθαριστικών πιάτων/σκευών για πλύσιμο στο πλυντήριο, ε) λευκαντικών/χλωρίων, στ) μαλακτικών ρούχων, ζ) προϊόντων καθαρισμού σπιτιού και η) σαπώνων, στην ελληνική επικράτεια, για το έτος 2003, έχουν ως ακολούθως:

Εταιρείες	**Απορρυπ. ρούχων για πλύσιμο στο χέρι %**	**Απορρυπ. για πλύσιμο στο πλυντήριο %**	**Καθαριστ. πιάτων/ σκευών για πλύσιμο στο χέρι %**	**Καθαριστικά πιάτων/ σκευών για πλύσιμο στο πλυντήριο %**	**Λευκαντικά/χλωρίνες %**	**Μαλακτικά ρούχων %**	**Προϊόντα καθαρισμ. σπιτιού %**	**Σαπούνια %**
PROCTER	30,90	34,20	20,30		8,80		6,90	3,00
Μεταβιβασθέντα σήματα	15,40	6,40	32,90	0,40	1,10	4,60	6,70	1,00
Σύνολο	**46,30**	**40,60**	**53,20**	**0,40**	**9,90**	**4,60**	**13,60**	**4,00**
UNILEVER	9,20	40,70	12,00	9,50	54,80	13,30	14,40	23,40
COLGATE			17,40		0,80	39,70	52,10	25,30
HENKEL	7,90	14,00	0,10		0,30		1,80	10,80
RECKITT	9,00	2,40	0,70	84,20	4,40	24,20	2,10	
ΕΥΡΗΚΑ			2,40		16,40		2,60	
PRIVATE LABELS			4,80	1,80	6,70	9,00	3,90	7,20

Ε. ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ - ΔΟΜΗ ΚΑΙ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΓΟΡΑΣ

α) Ανταγωνισμός

Η εν γένει αγορά των απορρυπαντικών και καθαριστικών προϊόντων οικιακής χρήσης έχει ολιγοπωλιακή μορφή. Κυριότερες εταιρίες, που δραστηριοποιούνται σ' αυτήν στην ελληνική επικράτεια είναι κυρίως πολυεθνικές εταιρίες οι οποίες παράγουν οι ίδιες τα προϊόντα τους στη χώρα μας, είτε αναθέτουν την παραγωγή τους σε τρίτες εταιρείες με τη μέθοδο φασόν είτε τα εισάγουν από εταιρείες των ομίλων στους οποίους ανήκουν: Οι εταιρείες αυτές είναι:

i. Η εταιρεία UNILEVER HELLAS Α.Ε.Β.Ε. που ασχολείται μεταξύ των άλλων με την παραγωγή, επεξεργασία και εμπορία παντός είδους χημικών προϊόντων, απορρυπαντικών, λευκαντικών, στιλβωτικών, σαπουνιών, καλλυντικών και τροφίμων (σήματα: Skip (για πλυντήριο), Omo (για πλύσιμο στο χέρι), καθαριστικά πιάτων Svelto (για το χέρι) και Sun (για πλυντήριο), λευκαντικά /χλώρια Klinex, μαλακτικά ρούχων Cajoline, προϊόντα καθαρισμού σπιτιού Vim και Cif, και σαπούνια Lux και Dove).

ii. Η εταιρεία HENKEL ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε., ανήκει στον διεθνή όμιλο Henkel, και δραστηριοποιείται στους τομείς των απορρυπαντικών και καθαριστικών, χημικών καθαρισμού και επεξεργασίας νερού πισίνας, ειδικών καθαριστικών-απολυμαντικών, υλικών φωσφάτασης και καλλυντικών, καθώς και την παραγωγή συγκολλητικών ουσιών. Ειδικότερα, όσον αφορά τα απορρυπαντικά και καθαριστικά, η εταιρία διανέμει τα απορρυπαντικά ρούχων με τα σήματα

Persil (για πλύσιμο στο χέρι), Dixan και Neomat (για πλύσιμο στο πλυντήριο), τα μαλακτικά Rersil και Neomat και τα καθαριστικά γενικής χρήσης Bref, Glo coat.

iii. Η εταιρεία COLGATE PALMOLIVE (HELLAS) Α.Ε.Β.Ε.Ε. ασχολείται με την παραγωγή και διανομή απορρυπαντικών ρούχων και πιάτων, μαλακτικών για τα ρούχα και καθαριστικών προϊόντων για το σπίτι, καλλυντικών, σαπουνιών και προϊόντων για την στοματική υγιεινή. Ειδικότερα, η εταιρία διαθέτει απορρυπαντικά για ευαίσθητα ρούχα με το σήμα Soflan, μαλακτικά ρούχων με το σήμα Soupline, απορρυπαντικά πιάτων Palmolive και Azax Excel, σαπούνια Palmolive καθώς και προϊόντα καθαρισμού σπιτιού Azax.

iv. Η εταιρεία ΕΥΡΗΚΑ ΕΛΛΑΣ Α.Ε., ανήκει στον κυπριακό όμιλο ΕΥΡΗΚΑ, και ασχολείται με την παραγωγή απορρυπαντικών, λευκαντικών, εντομοκτόνων, αποσμητικών χώρου και αποφρακτικών, καθώς και την εισαγωγή και διανομή λιπασμάτων, ειδών ατομικής περιποίησης, παραφαρμακευτικών προϊόντων και εντομοαπωθητικών συσκευών. Ειδικότερα, η εταιρία παράγει και διακινεί απορυπαντικά ρούχων και πιάτων, λευκαντικά και τα ενισχυτικά πλυσίματος με το σήμα ΕΥΡΗΚΑ.

v. Η εταιρεία RECKITT ΜΠΕΝΚΙΖΕΡ ΕΛΛΑΣ ΧΗΜΙΚΑ Α.Β. & Ε.Ε. ασχολείται με την παραγωγή, εισαγωγή, εξαγωγή και διάθεση απορρυπαντικών, προϊόντων καθαρισμού, και προσωπικής φροντίδας και υγιεινής, καθώς και χημικών, χημικοτεχνικών και καλλυντικών προϊόντων παντός είδους, Ειδικότερα όσον αφορά τους τομείς των απορρυπαντικών, η εταιρία διαθέτει απορρυπαντικά ρούχων με το σήμα Dosia, καθαριστικά πιάτων με τα σήματα Dosia Calgonit (για πλυντήριο), λευκαντικά Vanish και, Destree, μαλακτικά ρούχων Quanto, προϊόντα καθαρισμού σπιτιού με τα σήματα Cillit, Calcor, Silvo κλπ και σαπούνια με το σήμα Dettol.

Επίσης, στην αγορά δραστηριοποιείται και η εταιρία Lamda Detergents S.A., θυγατρική εταιρία της ΝΕΟΧΗΜΙΚΗ Λ.Β. ΛΑΥΡΕΝΤΙΑΔΗΣ, η οποία το 2000 προέβη στην εξαγορά του εργοστασίου παραγωγής απορρυπαντικών (ρούχων για πλυντήριο και το χέρι, μαλακτικών ρούχων, πλυντηρίου πιάτων και για πλύσιμο στο χέρι) και χημικών προϊόντων της HENKEL ΕΛΛΑΣ. Έχει δε παραγωγική δυναμικότητα σε απορρυπαντικά σκόνης [...] τόνους/χρόνο και σε απορρυπαντικά σε υγρή μορφή [...] τόνους/χρόνο και σε πρώτες ύλες [...] τόνους/χρόνο και έχει αναλάβει την παραγωγή απορρυπαντικών για πολυεθνικές εταιρίες και μεγάλες αλυσίδες λιανεμπορίου.

β) Χαρακτηριστικά του κλάδου

Οι υπό κρίση αγορές παρότι δημιουργήθηκαν προ δεκαετιών, συνεχίζουν να παρουσιάζουν σημαντικότατη δυναμική και συνεχή εξέλιξη. Ενδεικτικά, αναφέρεται ότι η αγορά απορρυπαντικών ρούχων τα τελευταία πέντε χρόνια παρουσιάζει σημαντικές ανακατατάξεις, όσον αφορά τις μορφές προϊόντων. Ενώ μόλις πριν πέντε χρόνια τα απορρυπαντικά σε υγρή μορφή αντιπροσώπευαν λιγότερο από 5% της συνολικής αξίας κατανάλωσης, σήμερα ξεπερνούν το 20%. Η συμμετοχή των απορρυπαντικών σε σκόνη μειώθηκε από 95% σε λιγότερο από 75%. Τα δε απορρυπαντικά ρούχων για πλύσιμο στο χέρι από 20% πριν κάποια χρόνια, σήμερα αντιπροσωπεύουν λιγότερο από το 10% της αγοράς.

Επίσης, τα τελευταία χρόνια άρχισαν να εμφανίζονται και άλλα είδη απορρυπαντικών όπως για πλύσιμο μαύρων ρούχων, ευαίσθητα κλπ.. Παράλληλα, παρατηρείται και μεγάλη διαφοροποίηση των τιμών σε σχέση με τον τύπο/είδος του απορρυπαντικού όπως,

α) στα προϊόντα εξειδικευμένης απόδοσης (για μαύρα ρούχα, για ευαίσθητα) η τιμή είναι σημαντικά άνω του μέσου όρου (μ.ο.),

β) στα προϊόντα υψηλής καθαριστικής απόδοσης (για λευκά / χρωματιστά) η τιμή είναι άνω του μ.ο. και

γ) στα προϊόντα καλής καθαριστικής απόδοσης, η τιμή είναι κάτω του μ.ο.

Σημειώνεται δε ότι τα τελευταία δύο χρόνια παρατηρείται σημαντικότατη ανάπτυξη της ως άνω κατηγορίας (γ) λόγω της εισόδου στην αγορά προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας από όλες σχεδόν τις αλυσίδες λιανεμπορίου ή και αλυσίδες αποκλειστικά προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας.

Ειδικότερα, όσον αφορά την αγορά απορρυπαντικών ρούχων, οι εκτιμήσεις των μερών είναι ότι η εν λόγω αγορά θα συνεχίσει να έχει συνολικά μια ιδιαίτερη δυναμική και στο μέλλον μια και η ανάγκη για καλύτερη απόδοση, καλύτερη σχέση απόδοσης/τιμής και ικανοποίησης εξειδικευμένων αναγκών γίνεται όλο και πιο έντονη σε ένα περιβάλλον, όπου ο καταναλωτής έχει συνεχώς αυξανόμενες γνώσεις, απαιτήσεις και επιλογές. Σημειώνεται δε ότι πλυντήριο ρούχων το 2002, είχε το 81,7% των ελληνικών νοικοκυριών.

Η καινοτομία, η αξία (τιμή) και η εικόνα του κάθε προϊόντος θα αποτελεί σημαντικό παράγοντα ζήτησης για το προϊόν. Συνεπώς αναμένεται σχετική αύξηση της κατανάλωσης σε αξία προερχόμενη από προϊόντα ανώτερης ποιότητας/τιμής, αυξημένη χρήση λόγω αλλαγών συνηθειών του καταναλωτή, ενώ αρνητικά στην αξία των αγορών αναμένεται να δράσει η αύξηση μεριδίου προϊόντων με τιμή χαμηλότερη του μ.ο.

Όσον αφορά την εν γένει αγορά καθαριστικών πιάτων, παρουσιάζει σημαντικές εξελίξεις και ειδικότερα:

α) Τα προϊόντα πλυντηρίου πιάτων αναπτύσσονται ταχέως εις βάρος των προϊόντων καθαρισμού στο χέρι επειδή τα πλυντήρια εξαπλώνονται και επίσης οι καταναλωτές αναζητούν την ευκολία πλύσης στο πλυντήριο.

β) Τα προϊόντα με τιμή χαμηλότερη του μ.ο. αναπτύσσονται ταχύτατα λόγω της εισόδου προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας.

γ) Τα προϊόντα με μεγαλύτερη συμπύκνωση/αποτελεσματικότητα αναπτύσσονται εις βάρος των προϊόντων αραιής συμπύκνωσης.

δ) Οι καταναλωτές αναζητούν καλύτερα αρώματα και εμφάνιση από τα προϊόντα, απαίτηση που καλύπτεται με την εμφάνιση προϊόντων όπως τα Fairy Aromatics, Ava Tsai, Svelto Baking Soda, Palmolive Spring Sensations, κ.α.

Αναμένεται ότι η αγορά θα συνεχίσει να έχει έντονη δυναμική και στο μέλλον με παράγοντες όπως τιμή και αποτελεσματικότητα να παίζουν ακόμα μεγαλύτερο ρόλο, ενώ η ανάγκη απλούστευσης της διαδικασίας πλύσης θα συνεχίσει να οδηγεί σε αύξηση κατανάλωσης προϊόντων πλυντηρίου πιάτων.

Τα μέρη υποστηρίζουν ότι γενικότερα, οι Έλληνες καταναλωτές επιλέγουν προϊόντα επί τη βάσει διαφόρων κριτηρίων, όπως καινοτομία προϊόντων, εικόνα προϊόντων και τιμή. Το βασικό κριτήριο επιλογής διαφέρει ανά καταναλωτή. Για το λόγο αυτό παρατηρείται τα τελευταία χρόνια σημαντική ανάπτυξη τόσο καινοτόμων προϊόντων όσο και προϊόντων χαμηλής τιμής. Για παράδειγμα, στην κατηγορία των απορρυπαντικών ρούχων τα τελευταία

χρόνια έχουν αναπτυχθεί τα απορρυπαντικά σε ταμπλέτες, όπως και σε υγρή μορφή με αποτέλεσμα σήμερα να κατέχουν το 20% της συνολικής αγοράς σε σύγκριση με μόνο 2% πριν από περίπου 5 χρόνια.

Επίσης, τα απορρυπαντικά ρούχων ιδιωτικής ετικέτας που πωλούνται σε εκπτωτικές αλυσίδες (Lidl, Dia) έχουν κατακτήσει εθνικό μερίδιο που πλησιάζει το 8% ενώ, τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας που πωλούνται στις αλυσίδες και φέρουν το όνομά τους (private labels, π.χ. Carrefour) κατέχουν εθνικό μερίδιο της τάξης του 5%, ενώ στην συγκεκριμένη αλυσίδα που τα διακινεί, μερίδιο 14% (Carrefour). Παρόμοια δυναμική παρουσιάζουν και τα απορρυπαντικά πίατων με διείσδυση των εκπτωτικών αλυσίδων να πλησιάζει το 12%.

Δίκτυα διανομής

Η Πρόκτερ & Γκαμπλ Ελλάς ΕΠΕ μέχρι σήμερα εισήγαγε τα προϊόντα -απορρυπαντικά ρούχων, λευκαντικά, προϊόντα καθαρισμού σπιτιού - από εργοστάσια της Procter & Gamble International Operation, τα οποία είναι εγκατεστημένα σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η Πρόκτερ & Γκαμπλ Ελλάς ΕΠΕ διαθέτει ένα δίκτυο πωλήσεων και διανομής συνεπικουρούμενο από εξωτερικούς συνεργάτες και εμπορικό τμήμα για την προώθηση των προϊόντων στον καταναλωτή. Η ΡΟΛΚΟ ΒΙΑΝΙΛ Α.Ε. παρήγαγε τα Προϊόντα που φέρουν τα Σήματα που μεταβιβάστηκαν στην Procter & Gamble στο εν Ελλάδι εργοστάσιό της.

Τα δίκτυα διανομής που υφίστανται στις επηρεαζόμενες αγορές είναι παρεμφερή για όλες τις εταιρίες που ανταγωνίζονται στις αγορές αυτές. Αποτελούνται από τμήματα πωλήσεων και τμήματα διακίνησης (logistics) που ανήκουν κατά κανόνα στην κάθε εταιρία και συμπληρώνονται με εξωτερικούς συνεργάτες, π.χ. χονδρεμπόρους. Το 2002, το 68,7% (σε αξία) των πωλήσεων των εταιρειών σε απορρυπαντικά ρούχων διανέμονταν μέσω των αλυσίδων σούπερ μάρκετ και το 21% μέσω ανεξάρτητων καταστημάτων τροφίμων, ενώ το 71% και 21% αντίστοιχα σε απορρυπαντικά/καθαριστικά πιάτων.

Κατά την Procter, οι πέντε μεγαλύτεροι πελάτες που είναι αλυσίδες σούπερ μάρκετ [...] της Πρόκτερ & Γκάμπλ καλύπτουν περίπου το [...]% των πωλήσεών της στους τομείς των απορρυπαντικών και καθαριστικών ενώ οι δέκα μεγαλύτεροι το [...]% περίπου.

Είσοδος νέων επιχειρήσεων

Στις υπό κρίση σχετικές αγορές τα τελευταία χρόνια, σύμφωνα με τα στοιχεία της γνωστοποίησης, έχουν σημειωθεί σημαντικές εξελίξεις όπως ενδεικτικά καταγράφονται παρακάτω:

α) Η εισαγωγή εκπτωτικών αλυσίδων (hard discounters) που πωλούν προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, όπως η Lidl. Τα hard discounters παρουσιάζουν τα τελευταία χρόνια σημαντική ανάπτυξη στην ευρωπαϊκή αγορά με ρυθμό ανάπτυξης πλέον του 5% ετησίως. Το δε μερίδιο αγοράς τους στην Δ. Ευρώπη έχει φτάσει το 18,1% (στοιχεία 2003), με υψηλότερο αυτό της Γερμανίας με 40,2% . Στην Ελλάδα το μερίδιο των discounters ανήλθε στα απορρυπαντικά στο 8,8% το 1ο εξάμηνο του 2004 με ρυθμό ανάπτυξης 28% έναντι του προηγουμένου έτους. Το 2005 με την αναμενόμενη είσοδο στην ελληνική αγορά της γερμανικής εταιρείας Tengelmann μεσω των εκπτωτικών καταστημάτων Plus, εκτιμάται ότι το μερίδιο αγοράς των discounters θα φτάσει το 11%. Σημειώνεται δε ότι τα discounters έχουν στην Ελλάδα περίπου 350 καταστήματα (85 η Lidl και 262 η DIA) και υπολογίζεται ότι ανοίγουν 50 νέα καταστήματα κάθε χρόνο.

β) Η εισαγωγή προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας από αλυσίδες λιανεμπορίου που ταυτόχρονα διαθέτουν/πωλούν στα καταστήματά τους επώνυμα προϊόντα, π.χ. Carrefour, Α-Β Βασιλόπουλος, Ατλάντικ, Βερόπουλος κ.α.. Οι περισσότερες λιανεμπορικές εταιρείες έχουν λανσάρει περισσότερες από μια σειρές private label προϊόντα σαν εργαλείο άμυνας απέναντι στη στρατηγική των hard discounters. Αφορούν τις περισσότερες κατηγορίες καταναλωτικών προϊόντων με έμφαση στα απορρυπαντικά, χαρτικά και καθαριστικά.

γ) Η ελληνική επικράτεια αποτελεί μια ελκυστική αγορά για πολλές ευρωπαϊκές εταιρίες που βλέπουν ευκαιρίες ανάπτυξής τους, κυρίως, στην κατηγορία των απορρυπαντικών ρούχων. Εταιρίες που λειτουργούν στις γειτονικές χώρες όπως στην Ισπανία, Ιταλία και Γαλλία, αλλά και στις νέες χώρες μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης όπως η Πολωνία, Σλοβακία και Ουγγαρία, έχουν την ευκαιρία να εκμεταλλευτούν τη δομή τους και να κάνουν εξαγωγές στην Ελλάδα, πρακτικά σχεδόν χωρίς κανένα κόστος.

Ενώ πιθανολογείται η είσοδος στα επόμενα χρόνια και άλλων αλυσίδων εκπτωτικών προϊόντων που θα προσφέρουν προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, όπως Rewe, Aldi.

Οι σημαντικότεροι παράγοντες που έχουν επίδραση στο κόστος εισόδου είναι το κόστος προϊόντος (40-60%), διαφήμισης/προώθησης (10-30%), εμπορίου (25-35%), διανομής (3/5%) καθώς και έρευνας/ανάπτυξης (1-3%).

Εξάλλου, για την είσοδο ενός προϊόντος στην αγορά δεν υφίσταται κανενός είδους νομικός περιορισμός και η μόνη προϋπόθεση είναι η υποβολή φακέλου προϊόντος με αναφορά στη σύνθεσή του και στον τόπο παραγωγής του στο Γενικό Χημείο του κράτους για απόκτηση αριθμού πρωτοκόλλου (Αρ. ΓΧΚ) που αναγράφεται στο προϊόν.

Στις υπό κρίση αγορές οι οικονομίες κλίμακος παίζουν γενικά ρόλο στις αγορές αυτές αλλά όχι πρωτεύοντα. Οι λόγοι είναι:

1) Η σημασία της καινοτομίας για την απόκτηση και διατήρηση/αύξηση μεριδίου αγοράς

2) Η δυνατότητα εύρεσης πολλαπλών πηγών προμήθειας ετοίμου προϊόντος. Υπάρχουν σε ελληνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο εταιρίες παραγωγής προϊόντων (φασόν), οι οποίες χάρη στην τεχνογνωσία τους και το μέγεθός τους μπορούν να προμηθεύσουν σε ανταγωνιστικές τιμές προϊόντα σε εταιρίες που πιθανόν ενδιαφέρονται να εισέλθουν στις αγορές αυτές. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτού είναι οι εκπτωτικές αλυσίδες ή οι αλυσίδες λιανεμπορίου που προμηθεύονται τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας τους από τέτοιου είδους παραγωγικές εταιρίες.

3) Στην ελληνική επικράτεια υπάρχει πλεονάζουσα παραγωγική δυναμικότητα.

Ζ. ΝΟΜΙΚΗ ΕΚΤΙΜΗΣΗ

Σύμφωνα με το άρθρο 1 παρ. 1 του ν. 703/1977, όπως ισχύει, "Απαγορεύονται πάσαι αι συμφωνίαι μεταξύ επιχειρήσεων, πάσαι αι αποφάσεις ενώσεων επιχειρήσεων και οιασδήποτε μορφής ενηρμονισμένη πρακτική επιχειρήσεων, αι οποίαι έχουν ως αντικείμενον ή αποτέλεσμα την παρακώλυσιν, τον περιορισμόν ή την νόθευσιν του ανταγωνισμού, ιδία δε αι συνιστάμεναι εις:

α) τον άμεσον ή έμμεσον καθορισμόν των τιμών αγοράς ή πωλήσεως ή άλλων όρων συναλλαγής,

β) τον περιορισμόν ή τον έλεγχον της παραγωγής, της διαθέσεως, της τεχνολογικής αναπτύξεως ή των επενδύσεων,

γ) την κατανομήν των αγορών ή των πηγών εφοδιασμού,

δ) την, κατά τρόπο δυσχεραίνοντα την λειτουργίαν του ανταγωνισμού, εφαρμογήν εν τω εμπορίω άνισων όρων δι' ισοδυνάμους παροχάς, ιδία δε την αδικαιολόγητον άρνησιν πωλήσεως, αγοράς ή άλλης συναλλαγής,

ε) την εξάρτησιν συνάψεως συμβάσεων εκ της παρά των αντισυμβαλλομένων αποδοχής προσθέτων παροχών, αι οποίαι, κατά την φύσιν των ή συμφώνως προς τας εμπορικάς συνήθειας, δεν συνδέονται μετά του αντικειμένου των συμβάσεων τούτων".

Η Συμφωνία προμήθειας μεταξύ Procter & Gamble International και ΡΟΛΚΟ αποτελεί συμφωνία παραγωγής, μεταξύ ενός πραγματικού ανταγωνιστή στην αγορά απορρυπαντικών/καθαριστικών οικιακής χρήσης και ενός δυνητικού ανταγωνιστή στην ίδια γεωγραφική αγορά ή σε άλλη γεωγραφική αγορά. Πράγματι η εταιρεία ΡΟΛΚΟ βάσιμα μπορεί να θεωρηθεί ως δυνητικός ανταγωνιστής στην εν λόγω αγορά μετά την (τριετή) περίοδο λήξης της ρήτρας μη ανταγωνισμού αφού και αδρανές παραγωγικό δυναμικό θα έχει και σχετική εμπειρία κατέχει, είναι δε παραγωγός και διακινητής απορρυπαντικών προϊόντων στην επαγγελματική αγορά.

Στην προκειμένη όμως περίπτωση η εν λόγω Συμφωνία εμπεριέχει και χαρακτηριστικά μιας κάθετης σύμβασης προμήθειας όσον αφορά την χρονική διάρκεια δέσμευσης του αγοραστή, σε συνδυασμό με την ενδεχόμενη αποκλειστικότητα που μπορεί να θεωρηθεί ότι προκύπτει από την ερμηνεία των όρων αυτής, αφού ρητά όρος αποκλειστικότητας δεν υπάρχει στη σχετική Συμφωνία.

Ειδικότερα, με τη Συμφωνία προμήθειας συμφωνείται η συνολική κάλυψη των αναγκών της Procter & Gamble από τη ΡΟΛΚΟ, αναγκών που προκύπτουν από τα μεταβιβασθέντα σ' αυτήν σήματα καθώς και από τα δικά της σήματα εφόσον πληρούνται ορισμένες προϋποθέσεις, για περίοδο δέκα (10) ετών.

Για την εκτίμηση των αποτελεσμάτων της υπό κρίση Συμφωνίας λαμβάνονται υπόψη μεταξύ των άλλων, η θέση του προμηθευτή και του προμηθευόμενου στις υπό κρίση σχετικές αγορές καθώς και η χρονική διάρκεια της Συμφωνίας.

Κατ΄ αρχήν εκτιμάται ότι λόγω του ύψους του ποσοστού συμμετοχής των προϊόντων με τα σήματα που μεταβιβάστηκαν στην Procter & Gamble στην ελληνική αγορά και ειδικότερα των α) καθαριστικών πιάτων και σκευών για πλύσιμο στο πλυντήριο β) μαλακτικών ρούχων και γ) σαπώνων που υπολογίζεται σε κάτω του 10%, μπορεί να τύχει εφαρμογής ο κανόνας de minimis και να χορηγηθεί αρνητική πιστοποίηση κατά το άρθρο 11 του νόμου στο μέρος της Συμφωνίας που αφορά τις παραπάνω σχετικές αγορές.

Οσον αφορά τις υπόλοιπες αγορές ήτοι τις αγορές α) απορρυπαντικών ρούχων για πλύσιμο στο πλυντήριο, β) απορρυπαντικών ρούχων για πλύσιμο στο χέρι, γ) καθαριστικών πιάτων και σκευών για πλύσιμο στο χέρι, δ) προϊόντων καθαρισμού σπιτιού και ε) λευκαντικών/χλωρίων, που αφορά η υπό κρίση Συμφωνία, τα βασικά ερωτήματα που τίθενται κατά την εξέταση τους στο πλαίσιο της υπό κρίση Συμφωνίας (βλ. σχετική ανακοίνωση F.F. 2001/c 3/02 κατευθυντήριες γραμμές για τις οριζόντιες συμφωνίες συνεργασίας καθώς και τις αντίστοιχες για τους κάθετους περιορισμούς) αφορούν κυρίως:

α) Τη δυνατότητα συντονισμού της ανταγωνιστικής συμπεριφοράς των μερών ως προμηθευτών της εν γένει αγοράς απορρυπαντικών/καθαριστικών οικιακής χρήσης.

β) Τη δυνατότητα αποκλεισμού τρίτων ανταγωνιστών. Ο αποκλεισμός αυτός ιδιαίτερα εστιάζεται στην δυνατότητα που έχουν τρίτες ανταγωνίστριες εταιρείες να παράγουν "φασόν" τα δικά τους προϊόντα (brands) στην εταιρεία ΡΟΛΚΟ.

γ) Τη δυνατότητα κατάργησης του δυνητικού ανταγωνισμού μέσω των περιορισμών εισόδου νέων ανταγωνιστών στη σχετική αγορά των απορρυπαντικών οικιακής χρήσης καθώς και εάν η υπάρχουσα Συμφωνία μεταξύ των μερών περιορίζει την εταιρεία ΡΟΛΚΟ από το να γίνει δυνητικός ανταγωνιστής της Procter & Gamble.

δ) τη δυνατότητα περιορισμού της ελευθερίας της Procter & Gamble να επιλέγει τον προμηθευτή της,

ε) τη δυνατότητα επηρεασμού του ανταγωνισμού μεταξύ της ΡΟΛΚΟ και των λοιπών παραγωγών των σχετικών προϊόντων οι οποίοι για μεγάλο χρονικό διάστημα (10ετία) θα στερηθούν έναν πιθανό πελάτη όπως η Procter & Gamble.

Ως προς το πρώτο ερώτημα της δυνατότητας συντονισμού της ανταγωνιστικής συμπεριφοράς των μερών (πραγματικού και δυνητικού ανταγωνιστών), λαμβανομένου υπόψη ότι η Συμφωνία προμήθειας θα δημιουργήσει σε ορισμένες περιπτώσεις παραγωγής προϊόντων όμοιας σύνθεσης και πολυπλοκότητας παρόμοιο κόστος παραγωγής αλλά και κοινή ωφέλεια από τις προκύπτουσες οικονομίες κλίμακος (βλ. και σχετική ρήτρα 7.7) εύλογα μπορεί να αναμένεται ότι στις περιπτώσεις αυτές το παρόμοιο κόστος παραγωγής μπορεί να οδηγήσει σε συντονισμό της ανταγωνιστικής συμπεριφοράς των δύο μερών ως προς την τιμολογιακή τους πολιτική.

Ως προς το δεύτερο ερώτημα αυτό του αποκλεισμού των τρίτων από τη δυνατότητα παραγωγής "φασόν" στις παραγωγικές εγκαταστάσεις της ΡΟΛΚΟ κατ΄ αρχήν εκτιμάται ότι τέτοια δυνατότητα δεν υφίσταται δεδομένου ότι σχετική ρήτρα απαγόρευσης δεν υπάρχει στη Συμφωνία και η ΡΟΛΚΟ έχει τη δυνατότητα να εξυπηρετεί την παρούσα πελατεία της ή να προμηθεύει νέους πελάτες.

Όσον αφορά τον τρίτο λόγο του αποκλεισμού της ίδιας της ΡΟΛΚΟ μέσω της Συμφωνίας από το να καθίσταται δυνητικός ανταγωνιστής της Procter & Gamble, εκ των όρων της Σύμβασης και των δεδομένων της αγοράς εν γένει δεν προκύπτει καμία τέτοια δυνατότητα.

Ως προς τους λοιπούς λόγους, σχετικά με τον περιορισμό της ελευθερίας της Procter & Gamble να επιλέγει τους προμηθευτές της καθώς και της δυνατότητας επηρεασμού του ανταγωνισμού μεταξύ της ΡΟΛΚΟ και των λοιπών παραγωγών των σχετικών προϊόντων οι οποίοι για μεγάλο χρονικό διάστημα (10ετία) θα στερηθούν έναν πιθανό πελάτη όπως η Procter & Gamble, αποτελούν περιορισμούς του ανταγωνισμού και λόγω του μεγέθους των συμβαλλομένων μερών της Συμφωνίας, η επίδραση τους στην αγορά ενδέχεται να είναι σημαντική.

Ενόψει των παραπάνω, η εν λόγω Συμφωνία μεταξύ της Procter & Gamble και της ΡΟΛΚΟ και όσον αφορά τις αγορές α) απορρυπαντικών ρούχων για πλύσιμο στο πλυντήριο, β) απορρυπαντικών ρούχων για πλύσιμο στο χέρι, γ) καθαριστικών πιάτων και σκευών για πλύσιμο στο χέρι, δ) προϊόντων καθαρισμού σπιτιού και ε) λευκαντικών/χλωρίων εμπίπτει στις διατάξεις του άρθρου 1 παρ. 1 ν. 703/1977 και κατά συνέπεια το αίτημα των ενδιαφερομέ-

νων για χορήγηση αρνητικής πιστοποίησης δεν μπορεί να γίνει δεκτό.

Οσον αφορά τις προϋποθέσεις εφαρμογής του άρθρου 1 παρ. 3 του ν. 703/1977, όπως ισχύει, προβλέπεται ότι: «Εμπίπτουσαι εις την παράγραφον 1 του παρόντος άρθρου, συμφωνίαι, αποφάσεις και περιπτώσεις ενηρμονισμένης πρακτικής ή κατηγορίαι τούτων, δύνανται να κριθούν, δι' αποφάσεως της Επιτροπής Ανταγωνισμού, ως εν όλω ή εν μέρει ισχυραί, εφ' όσον πληρούν αθροιστικώς τας κάτωθι προϋποθέσεις:

α) συμβάλλουν, επί ευλόγω συμμετοχή των καταναλωτών εις την προκύπτουσαν ωφέλειαν, εις βελτίωσιν της παραγωγής ή της διανομής των προϊόντων ή εις προώθησιν της τεχνικής ή οικονομικής προόδου,

β) δεν επιβάλλουν εις τας οικείας επιχειρήσεις περιορισμούς πέραν των απολύτως αναγκαίων δια την πραγματοποίησιν των ανωτέρω σκοπών, και

γ) δεν παρέχουν εις τας επιχειρήσεις ταύτας την δυνατότητα καταργήσεως του ανταγωνισμού εις σημαντικόν τμήμα της οικείας αγοράς».

Ως προς την πρώτη προϋπόθεση εκτιμάται ότι η Συμφωνία μεταξύ ΡΟΛΚΟ και Procter & Gamble International συμβάλλει στην βελτίωση της παραγωγής αφού πρόκειται μετά την υλοποίηση του επενδυτικού προγράμματος της ΡΟΛΚΟ, να μεταφερθεί στην παραγωγική διαδικασία η τεχνογνωσία και εμπειρία της Procter & Gamble και να αξιοποιηθούν στο μεγαλύτερο βαθμό οι παραγωγικές εγκαταστάσεις της λόγω της παραγωγής που δεσμεύει η ίδια η Συμφωνία, αλλά και της δυνατότητας που υπάρχει τρίτοι ανταγωνιστές να κατασκευάζουν "φασόν" τα δικά τους προϊόντα, δεδομένου ότι δεν προβλέπεται ρητά ρήτρα αποκλειστικότητας και η ΡΟΛΚΟ έχει τη δυνατότητα να συνεχίσει τη συνεργασία της με τους υφιστάμενους πελάτες της ή να συνάπτει συμφωνίες προμήθειες με νέους. Επιπλέον, τα προϊόντα Tide και Ariel της Procter & Gamble θα παράγονται πλέον στην Ελλάδα και δεν θα εισάγονται. Συνεπώς, πέραν των οικονομιών κλίμακας που θα επιτευχθούν, η Συμφωνία θα συμβάλλει και στη μείωση του κόστους μεταφοράς για τα προϊόντα της Procter & Gamble.

Τέλος, ο ανταγωνισμός ακόμη και αν περιορίζεται από την συνεργασία των μερών σε επίπεδο παραγωγής, είναι σχετικά δύσκολο να επιβαρυνθεί περαιτέρω καθώς εφόσον η ΡΟΛΚΟ δραστηριοποιηθεί στην αγορά απορρυπαντικών οικιακής χρήσης μετά την 3τία δηλ. μετά τη λήξη της ρήτρας μη ανταγωνισμού, τα μέρη θα διαθέτουν ανεξάρτητα συστήματα διανομής, και ως εκ τούτου διαφορετικό κόστος διάθεσης των προϊόντων τους.

Σε κάθε περίπτωση, η καλύτερη εκμετάλλευση του παραγωγικού δυναμικού της ΡΟΛΚΟ λόγω της Συμφωνίας, σαφώς δημιουργεί προϋποθέσεις οικονομιών κλίμακος καθώς και μείωση του κόστους μεταφοράς και ως εκ τούτου η εν λόγω Συμφωνία εκτιμάται ότι θα συμβάλλει στη μείωση του κόστους παραγωγής / μεταφοράς και στην οικονομική πρόοδο επ' ωφελεία των καταναλωτών.

Ως προς τη δεύτερη προϋπόθεση εφαρμογής του άρθρου 1 παρ. 3, οι επιβαλλόμενοι περιορισμοί στην υπό κρίση Συμφωνία δεν κρίνονται υπέρμετροι και πέραν των απολύτως αναγκαίων για πραγματοποίηση της Συμφωνίας

Εξάλλου, μολονότι η δέσμευση της Procter & Gamble να καλύπτει τις ανάγκες της από την ΡΟΛΚΟ περιορίζει τη δυνατότητα των άλλων παραγωγικών επιχειρήσεων να συνάψουν παρόμοιες συμφωνίες με αυτήν, δεν ισοδυναμεί με ουσιαστική κατάργηση του ανταγωνισμού στην αγορά των σχετικών προϊόντων δεδομένου ότι αφενός μεν η Procter & Gamble εισήγαγε μέχρι σήμερα τα προϊόντα που διαθέτει στην ελληνική αγορά αφετέρου δε στην αγορά δραστηριοποιούνται αρκετές μεγάλες επιχειρήσεις, οι περισσότερες εκ των οποίων εισάγουν τα σχετικά προϊόντα.

Όσον αφορά την τρίτη προϋπόθεση εφαρμογής του άρθρου 1 παρ. 3 του ν. 703/1977, όπως ισχύει, αν δηλ. η εν λόγω Συμφωνία παρέχει την δυνατότητα κατάργησης του ανταγωνισμού σε σημαντικό τμήμα της οικείας αγοράς παρατηρούνται τα εξής: Τα μερίδια αγοράς στις δύο σχετικές αγορές, ήτοι των καθαριστικών πιάτων για πλύσιμο στο χέρι και απορρυπαντικών ρούχων για πλύσιμο στο χέρι είναι ιδιαίτερα υψηλά (46% στην πρώτη και 53% στη δεύτερη για την Procter & Gamble (συμπεριλαμβάνεται και το TIDE και το ARIEL) αλλά και στις λοιπές αγορές καθαριστικών πιάτων, λευκαντικών/χλωρίων και προϊόντων καθαρισμού σπιτιού που ξεπερνούν το 10%, αποτελούν σημαντικό τμήμα των σχετικών αγορών όπου ενδέχεται να περιορισθεί ο ανταγωνισμός.

Εν τούτοις όπως και στη σχετική κατά πλειοψηφία ληφθείσα απόφαση 279/22.4.2005 της Επιτροπής, για την εξέταση της συγκέντρωσης Procter & Gamble Company/ ΡΟΛΚΟ έγινε δεκτό ότι τα υψηλά αυτά μερίδια είναι υπερεκτιμημένα εξαιτίας του ότι οι εταιρείες ερευνών δεν δύνανται πάντα να μετρήσουν ένα τμήμα των πωλήσεων εταιρειών ιδιωτικής ετικέτας καθώς τα στοιχεία ορισμένων από αυτούς δεν είναι προσβάσιμα. Με δεδομένο ότι η Lidl στις εν λόγω αγορές κατέχει μερίδιο τουλάχιστον 10% τα συνολικά μερίδια της αγοράς που αποδίδονται στην Procter & Gamble και ΡΟΛΚΟ θα πρέπει να μειωθούν αναλόγως. Η ίδια επίσης απόφαση δέχεται ότι επιπροσθέτως των ανωτέρω, στις εν λόγω σχετικές αγορές δεν υφίσταται διάρκεια και μονιμότητα στην θέση καμίας εταιρείας αφού όλες παρουσιάζουν μεγάλη κινητικότητα στα μερίδιά τους.

Επιπλέον στις εν λόγω σχετικές αγορές δεν υπάρχουν νομικά ή τεχνολογικά εμπόδια εισόδου μιας νέας επιχείρησης εκτός του γεγονότος ότι δραστηριοποιούνται εταιρείες με ισχυρά σήματα. Παρά ταύτα ο δυνητικός ανταγωνισμός είναι υπαρκτός, λαμβάνοντας υπόψη την σχετική βαρύτητα που έχει αποκτήσει στην εθνική αγορά η τιμή (τιμολογιακός ανταγωνισμός) ως καθοριστικός παράγοντας της καταναλωτικής προτίμησης αντισταθμίζοντας έτσι τη δύναμη του επώνυμου προϊόντος.

Πέραν αυτού το εύρος του φάσματος των προϊόντων που προσφέρουν οι ανταγωνιστές των εν λόγω εταιρειών, η οικονομική τους δύναμη, η δυνατότητα πραγματοποίησης παράλληλων εισαγωγών, τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας καθώς και τα καταστήματα hard discount καθιστούν τον δυνητικό ανταγωνισμό βάσιμο, αίροντας έτσι τις όποιες επιφυλάξεις περιορισμού του πραγματικού ανταγωνισμού μέσω της εν λόγω Συμφωνίας προμήθειας και του γεγονότος των υψηλών μεριδίων αγοράς.

Σύμφωνα με τα ανωτέρω εκτιμάται ότι καλύπτονται οι προϋποθέσεις εφαρμογής του άρθρου 1 παρ. 3 του ν. 703/1977, όπως ισχύει, όσον αφορά τις σχετικές αγορές α) απορρυπαντικών ρούχων για πλύσιμο στο πλυντήριο, β) απορρυπαντικών ρούχων για πλύσιμο στο χέρι, γ) καθαριστικών πιάτων και σκευών για πλύσιμο στο χέρι, δ) προϊόντων καθαρισμού σπιτιού και ε) λευκαντικών/χλωρίων.

Το άρθρο 10 του ν. 703/1977 προβλέπει ότι η εξαίρεση στο πλαίσιο του άρθρου 1 παρ. 3 μπορεί να χορηγείται μόνο για δεδομένη χρονική περίοδο και ότι μπορεί να συνοδεύεται από όρους και υποχρεώσεις.

Ως προς την χρονική διάρκεια της Συμφωνίας η οποία εκτείνεται στα δέκα έτη, εκτιμάται ότι δεν δεσμεύει υπέρμετρα την εταιρεία Procter & Gamble από συγκεκριμένη εταιρεία παραγωγής αφού εκ της Συμφωνίας προκύπτει ότι αν και καλύπτει το 100% των αναγκών της, εντούτοις δεν υπάρχει ρητά όρος αποκλειστικότητας. Αντιθέτως η Procter & Gamble έχει την δυνατότητα να προμηθεύεται από άλλη πηγή και μάλιστα δικές της συνδεδεμένες επιχειρήσεις, εφόσον πετυχαίνει μείωση του κόστους παραγωγής κατά [....]% στις συνδεδεμένες με αυτή επιχειρήσεις και η εταιρεία ΡΟΛΚΟ αδυνατεί να δώσει χαμηλότερη τιμή κατά το ποσό αυτό.

Η συμβατική αυτή δυνατότητα της Procter & Gamble να καλύπτει τις ανάγκες εφοδιασμού των προϊόντων της και από άλλες πηγές αίρει τον χαρακτηρισμό της Συμφωνίας ως αποκλειστικής και κατά τούτο η χρονική διάρκεια αυτής η οποία ορίζεται στα δέκα (10) έτη δεν κρίνεται υπέρμετρη.

Κατόπιν των ανωτέρω η χρονική διάρκεια της εξαίρεσης κατά το άρθρο 1 παρ. 3 και όσον αφορά τις σχετικές αγορές των απορρυπαντικών για ρούχα για πλύσιμο στο χέρι, απορρυπαντικών για ρούχα για πλύσιμο στο πλυντήριο, καθαριστικών για πιάτα και σκεύη για πλύσιμο στο χέρι, λευκαντικών/χλωρίων και προϊόντων καθαρισμού σπιτιού, δύναται να καθοριστεί σε 10 έτη από την ημερομηνία γνωστοποίησης της Συμφωνίας.

ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΑΥΤΟΥΣ

1) Απορρίπτει το αίτημα για έκδοση αρνητικής πιστοποίησης κατά το μέρος που αφορά τις αγορές των α) απορρυπαντικών ρούχων για πλύσιμο στο πλυντήριο, β) απορρυπαντικών ρούχων για πλύσιμο στο χέρι, γ) καθαριστικών πιάτων/σκευών για πλύσιμο στο χέρι, δ) λευκαντικών/χλωρίων και ε) προϊόντων καθαρισμού σπιτιού, σύμφωνα με το άρθρο 11 του ν. 703/1977, όπως ισχύει.

2) Χορηγεί στη γνωστοποιηθείσα Συμφωνία και ειδικότερα κατά το μέρος που αφορά τις αγορές των α) απορρυπαντικών ρούχων για πλύσιμο στο πλυντήριο, β) απορρυπαντικών ρούχων για πλύσιμο στο χέρι, γ) καθαριστικών πιάτων/σκευών για πλύσιμο στο χέρι, δ) λευκαντικών/χλωρίων και ε) προϊόντων καθαρισμού σπιτιού, εξαίρεση σύμφωνα με το άρθρο 1 παρ. 3 ν. 703/1977, όπως ισχύει, από την απαγόρευση του άρθρου 1 παρ. 1 ν. 703/1977, από την ημερομηνία γνωστοποίησης της Συμφωνίας ήτοι 19.10.2004 μέχρι και 18.10.2014.

3) Χορηγεί αρνητική πιστοποίηση όσον αφορά στις αγορές των α) καθαριστικών πιάτων/σκευών για πλύσιμο στο πλυντήριο, β) μαλακτικών ρούχων και γ) σαπώνων, σύμφωνα με το άρθρο 11 του ν. 703/1977, όπως ισχύει.

Η απόφαση εκδόθηκε την 7η Ιουλίου 2005.

Η απόφαση να δημοσιευθεί στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως, σύμφωνα με το άρθρο 23 παρ. 7 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού (ΦΕΚ 361/Β/4.4.2001).

Ο Πρόεδρος	Η Γραμματέας
ΣΠΥΡΙΔΩΝ ΖΗΣΙΜΟΠΟΥΛΟΣ	ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ ΤΡΙΒΕΛΗ

ΑΠΟ ΤΟ ΕΘΝΙΚΟ ΤΥΠΟΓΡΑΦΕΙΟ